

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN PENUMPANG PADA PT. KERETA API INDONESIA
(PERSERO) MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



Oleh:

N A M A : DESI ARISANDI
N P M : 1305160321
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 3 Oktober 2018, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya :

MEMUTUSKAN

Nama : DESI ARISANDI
N P M : 1305160321
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA PT.KERETA API INDONESIA (PERSERO) MEDAN

Dinyatakan : (B) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

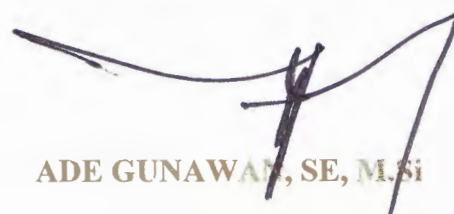
TIM PENGUJI

Penguji I :  H. DEWI ANDRIANI, SE, MM
Penguji II :  HASMAN SYARIFUDDIN, SE, M.Si
Pembimbing :  H. DANUSKANDAR, SE, MM
PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


H. JANURI, SE, MM, M.Si


ADE GUNAWAN, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : DESI ARISANDI
N.P.M : 1305160321
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG JASA
TRANSPORTASI PT. KERETA API INDONESIA
(PERSERO) MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2018

Pembimbing Skripsi


Drs. DANI ISKANDAR, SE, MM

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


JASMAN SYARIFUDDIN, S.E., M.Si.

H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : DESI ARISANDI
N.P.M : 1305160321
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) MEDAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
28-8-2018	- Buat : ~ Kata pengantar ~ abstrak ~ Daftar isi ~ Daftar pustaka ~ Lampiran	f	
3-9-2018	- Perbaiki : ~ Huruf yg salah ~ Ketidapan ~ Identifikasi masalah ~ Tujuan penelitian & manfaat penelitian ~ Spasi	f	
12-9-2018	- Perbaiki : ~ abstrak ~ Tempat & waktu penelitian ~ Kerangka konseptual & definisi operasional ~ Pengujian hipotesis ~ Daftar pustaka ~ Metodologi (uji validasi & reliabilitas) ~ Ketidapan	f	
19-9-2018	acc U/ meja hijau	f	

Pembimbing Skripsi

Medan, Agustus 2018
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen


Drs. DANI ISKANDAR, SE, MM


JASMAN SYARIFUDDIN, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Desi Arisandi (1305160321) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Skripsi 2018.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang jasa transportasi pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Pendekatan penelitian ini berupa deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Penulis mengambil sampel secara *accidental sampling* sebanyak 100 pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis dan pengujian koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *kualitas pelayanan* (X_1) terhadap kepuasan penumpang jasa (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.436 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ atau $t_{hitung} 3.436 > t_{tabel} 1,984$. Ada pengaruh fasilitas (X_2) terhadap kepuasan penumpang (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4.599 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ atau $t_{hitung} 4.559 < t_{tabel} 1,984$.

Hasil temuan penelitian bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang. Berdasarkan hasil pengolahan data terlihat bahwa nilai $F_{hitung} (11.237) > F_{tabel} (2.70)$ bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang. Semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan perusahaan maka akan semakin meningkatnya kepuasan penumpang.

Dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0.278, hal ini memiliki arti bahwa 27.8% variabel kepuasan penumpang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 72.2% diterangkan oleh variabel yang tidak diteliti. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Penumpang

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang masih memberikan nikmat kesehatan dan keselamatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan**”, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Shalawat berangkaian salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam jahilliyah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan sampai sekarang ini dapat kita rasakan bersama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan akibat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima masukan berupa kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun dari para pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dapat terealisasi dengan baik dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa kepada kedua orang tua, Ayahanda Syahnan Tambunan dan Ibunda Tiarma Siahaan tercinta yang telah mendidik dan memberikan

dukungan moril dan material serta limpahan kasih sayang, motivasi dan doa yang diberikan selama ini.

2. Bapak Dr. Agussani MAP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, S.E., M.M., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Drs. Dani Iskandar, SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selama ini bersedia meluangkan waktu dan memberikan bantuannya kepada penulis sehingga dapat tersusunnya skripsi ini.
7. Kepada Pemimpin dan seluruh staff karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.
8. Seluruh staff pengajar yang telah mendidik penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Kepada Abangda Panji Tambunan dan Alvin Tambunan yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama ini.
10. Kepada sahabat-sahabat tersayang Nazli Aulia, Irma Yatika, Jumaidah Hijriani yang telah membantu penulis memberikan ide-ide, motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis dan berbagai pihak, penulis tidak dapat membalasnya kecuali doa dan puji syukur kehadiran Allah SWT penulis mengucapkan banyak terima kasih. Kiranya Allah SWT senantiasa selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya untuk kita semua. Amin Ya Rabbal Allamin.

Akhirnya Penulis berharap semoga pengalaman dan pengetahuan yang penulis peroleh dalam menyelesaikan skripsi ini berguna bagi penulis, pembaca, dan semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Desember 2017

Penulis

Desi Arisandi
1305160321

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Uraian Teoritis	8
1. Kepuasan Pelanggan	8
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	8
b. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	9
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	10
d. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	11
2. Kualitas Pelayanan.....	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
b. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	15
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	16
d. Indikator Kualitas Pelayanan	18
3. Strategi Promosi.....	19
a. Pengertian Strategi Promosi.....	19
b. Konsep Strategi Promosi.....	21

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Promosi	21
d. Indikator Strategi Promosi	23
B. Kerangka Konseptual.....	27
C. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Defenisi Operasional.....	32
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
D. Populasi dan Sampel	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Tekhnik Analisis Data.....	38

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis jasa transportasi yang semakin ketat sekarang ini menyebabkan banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (value) lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing. Jadi, untuk memuaskan pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah nilai (value) pada setiap pelayanan yang di berikan.

Transportasi merupakan suatu sarana yang paling penting dalam membantu roda perekonomian, salah satunya ialah transportasi darat. Transportasi ini merupakan moda transportasi yang paling dominan di negara kita dibandingkan dengan moda transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut.

Angkutan kereta api merupakan salah satu sarana penting alternatif yang banyak dipilih untuk kelancaran aktifitasnya, karena angkutan kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang memiliki ciri dan keunggulan yang lebih dibandingkan dengan transportasi lain. Kereta api dikenal sebagai moda

angkutan yang memiliki multi keunggulan, antara lain: hemat energi, hemat lahan, bersahabat dengan lingkungan, tingkat keselamatan tinggi, serta mampu mengangkut dalam jumlah besar dan massal.

Sejak dibukanya tol Medan-Tebing Tinggi, persaingan jasa transportasi tavel maupun kereta api sangat ketat karena perjalanan menggunakan travel atau mini bus dari Medan menuju Rantau Prapat hanya menempuh waktu 5 jam, sedangkan perjalanan menggunakan kereta api dari Medan menuju Rantau Prapat menempuh waktu 6 Jam. Kecepatan jarak tempuh Medan-Rantau Prapat mempengaruhi calon penumpang memilih menggunakan jasa travel atau jasa kereta api. Pilihan tersebut ditentukan oleh perbedaan keunggulan dari jenis moda angkutan yang ditawarkan, seperti pelayanan, fasilitas, keselamatan, keamanan, kenyamanan, kecepatan dan faktor harga. Sedangkan dari sisi pelaku usaha dihadapkan pada tingkat persaingan yang sangat ketat dalam meraih jumlah penumpang.

Menurut Abdullah dan Tantri (2012, hal.45) Menyatakan Kepuasan Pelanggan adalah hasil yang dirasakan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang atau bahagia bila harapan mereka dilebihi.

Agar tercapainya kepuasan pelanggan pada perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan agar dimata pelanggan terbentuknya image pada perusahaan tersebut. Keputusan pelanggan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen.

Menurut Tjiptono (2012, hal.324). Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah Harga, promosi, fasilitas, lokasi, kenyamanan, pelayanan, waktu, kemudahan, penampilan staf atau karyawan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi (2013, hal. 212) kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluhan dapat memenuhi persyaratan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2012, hal. 74) Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Istilah nilai (value) sering kali digunakan untuk mengacu pada kualitas relative suatu produk dikaitkan dengan strategi pemasaran produk bersangkutan.

Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Dengan pelayanan yang baik maka pengguna jasa akan merasa puas terhadap pelayanan yang kita berikan.

Selain faktor kualitas pelayanan, fasilitas juga sangat menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2012, hal. 193), segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha”.

Berdasarkan hasil penelitian awal dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada beberapa penumpang kereta api Sri Bilah pada tahun 2018 masih ada beberapa kekurangan dalam pelayanan kepada penumpang, sehingga banyak keluhan yang dialami oleh penumpang Kereta Api, seperti: terlambatnya waktu keberangkatan dan tibanya kereta di stasiun, tidak ada informasi jika kereta api akan datang terlambat di stasiun, petugas loket kurang ramah, harga tiket terlalu mahal, sistem pembelian tiket online sering gangguan.

Pelayanan yang diterapkan oleh PT. KAI, penumpang akan merasa dihargai, dipermudah proses pembeliannya, dan akan ada hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara pihak perusahaan dengan pelanggan. Pelayanan tersebut dapat berupa *Tangibles*, *Emphaty*, *Realibility*, *Responsiveness*, dan *Assurance* kepada pelanggan dengan baik. (Tjiptono, 2012, hal. 76)

Tentunya hal tersebut perlu menjadi perhatian para penyedia jasa, pelanggan pasti akan mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, jika kenyataan dibawah harapan, pelanggan cenderung tidak puas. Jika kenyataan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kenyataan melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

Jasa transportasi ini memberikan berbagai macam pelayanan serta fasilitas yang baik agar jasa transportasinya dipilih oleh masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, PT. Kereta Api Indonesia (KAI) (Persero) sedang melakukan berbagai pembenahan yang bertujuan meningkatkan pelayanannya kepada pengguna jasa kereta api. Termasuk diantaranya sentralisasi stasiun, pelarangan pedagang asongan, dan penataan area stasiun yang sedang dilakukan saat ini. Proses peningkatan pelayanan oleh PT. KAI ini, sepenuhnya didukung dan diakomodir oleh Kepolisian Republik Indonesia. Hal ini dapat dirasakan dengan menurunnya tingkat kejahatan di Kereta Api. Secara perlahan pelayanan KAI mulai memenuhi ekspektasi penumpang.

Berdasarkan berbagai masalah tersebut, maka PT. Kereta Api Indonesia (Persero), menyadari akan pentingnya pelayanan jasa karena pada kenyataannya strategi pemasaran jasa ini belum optimal dan kurang terlaksana dengan baik. Penyampaian jasa harus dilakukan dengan efektif dan berkesinambungan oleh

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) karena jasa transportasi merupakan jasa yang memiliki interaksi secara signifikan antara pelanggan, karyawan penyedia jasa serta fasilitas fisik pendukung serta antara karyawan penyedia jasa dengan penumpang secara bersama-sama memainkan peran penting menjadi ujung tombak dalam membentuk pengalaman jasa penumpang dan dapat mempengaruhi persepsi penumpang mengenai kualitas jasa secara keseluruhan. Jika penumpang memahami bahwa penyampaian jasa yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan, maka akan tercipta kepuasan dan hal ini memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan penumpang harmonis, dan dapat terbentuk rekomendasi positif dengan cara *word of mouth* yang akan menciptakan loyalitas penumpang dan pada akhirnya akan meningkatkan laba bagi perusahaan.

Keluhan yang dialami oleh masyarakat, jumlah penumpang belum sesuai harapan dengan yang telah ditargetkan, serta keterlambatan yang dialami oleh Kereta Api tersebut menjadi tantangan bagi PT. KAI untuk meningkatkan volume penumpang. Kualitas pelayanan yang tidak memuaskan menimbulkan keluhan pelanggan yang seringkali dikarenakan fasilitas yang diberikan kurang memadai. Hal tersebut memungkinkan penumpang mengalihkan preferensinya pada jasa angkutan lain seperti travel dan angkutan bus.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kurangnya efektifnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero), hal ini dapat dilihat dari antrian yang cukup panjang setiap hari dan kurang ramahnya petugas dalam melayani pelanggan.
2. Kurangnya fasilitas yang ada, seperti penggunaan wi-fi gratis oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan
3. Masih kurangnya kepuasan pelanggan karena sering terjadi keterlambatan baik kedatangan maupun keberangkatan kereta api di stasiun, serta gerbong kereta yang kurang diperhatikan kebersaihannya.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan dan memperkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang di inginkan maka dalam penelitian ini hanya dibatasi pada masalah kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan?
- b. Apakah ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan

2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang membacanya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penelitian ini dapat memberikan pengetahuan ilmiah dalam bidang sumber daya manusia khususnya dibidang kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan penumpang.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan tempat penelitian yaitu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan yang dilakukan khususnya untuk memperbaiki kualitas pelayanan didalam perusahaan.

c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Manfaat bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Saat ini kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh banyak pihak, baik pemerintahan pelaku bisnis pelanggan dan sebagainya. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan didunia bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena pelanggan akan menyebarkan rasa puasanya kepada calon pelanggan, sehingga akan menaikkan reputasi dari perusahaan itu sendiri.

Menurut Susatyo (2014, hal. 77) Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang di rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012, hal. 349) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2013, hal.228) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dengan yang diharapkan.

Menurut Tantri (2012, hal. 45) Menyatakan Kepuasan Pelanggan adalah hasil yang dirasakan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang atau bahagia bila harapan mereka dilebihi.

Berdasarkan beberapa kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja yang tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dengan demikian, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan tolak ukur yang penting bagi perusahaan.

b. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kotler (2009, hal. 138) apakah pembeli terpuaskan setelah membeli tergantung pada kinerja penawaran dalam hubungannya dengan ekspektasi pembeli, dan apakah pembeli menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya.

Kotler (2009, hal. 140) banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor membentuk kepuasan, dan melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai akibatnya. Mengemukakan cara-cara yang digunakan untuk mengamati kepuasan pelanggan yaitu :

Banyak orang secara sistematis mengukur seberapa baik mereka melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai kompensasi karyawan dengan peringatan mereka. Ketika kepuasan mereka

berdasarkan elemen kinerja perusahaan misalnya, pengiriman perusahaan harus menyadari bahwa pelanggan mempunyai cara yang bervariasi dalam mendefinisikan kinerja baik.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (2012, hal. 348) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi: tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk dan variasi atau pilihan harga produk.

2) Perlengkapan

Perlengkapan merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi: penataan barang, tempat penitipan barang, dan tempat ibadah.

3) Lokasi

Faktor lokasi berpengaruh terhadap suatu pelayanan dan lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi: lokasi perusahaan dan kecepatan atau ketepatan dalam transportasi.

4) Kenyamanan

Kenyamanan merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.

5) Kesigapan Staf Layanan

Kesigapan staf pelayanan adalah kecepatan dan ketepatan karyawan dalam hal menangani permintaan dan keluhan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa.

6) Waktu

Waktu adalah skedule produksi yang harus terakomodasi oleh seluruh pelanggan yang masuk kedalam suatu perusahaan.

7) Kemudahan

Kemudahan dalam menjangkau lokasi, dalam mengatur waktu yang tidak terlalu lama dan untuk mengatur saluran komunikasi perusahaan agar mudah dihubungi konsumen

8) Penampilan Staf atau Karyawan

Penampilan karyawan sebagai daya tarik tersendiri untuk konsumen agar melakukan transaksi pembelian dan untuk memperoleh laba atau keuntungan bagi perusahaan tersebut. Selain berupa penampilan sikap karyawan yang sopan agar membuat konsumen merasa nyaman sehingga tertarik untuk membeli

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut memberi masukan bagi keperluan dalam pengembangan dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat di ukur dengan bermacam metode dan teknik.

Menurut Lupiyoadi (2013, hal. 217) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari :

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena layanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diberikan diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesediaan merekomendasikan

- a) Masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli kembali produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Sedangkan, menurut Tjiptono dan Chandra (2012,hal.57) menyatakan bahwa indikator kepuasan pelanggan.

1) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta kecepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

3) Harga

Harga adalah suatu nilai yang harus dibayarkan konsumen kepada produsen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atau layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh pihak perusahaan yang melibatkan seluruh daya yang dimiliki perusahaan.

Peran penting dari kualitas pelayanan adalah harus mampu melayani pelanggan secara memuaskan, baik dengan keterampilan dan kompetensi yang dimiliki oleh karya (*attitude*, keterampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab) maupun dengan maksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang (Gedung, desain interior serta peralatan perlengkapan) yang mampu menimbulkan

kenyamanan bagi pelanggan. Atau dengan kata lain dapat dilakukan bahwa peran penting pelayanan penerima terletak pada kemampuan produsen untuk memberikan pelayanan secara optimal pada konsumennya dengan menggabungkan kemampuan dari para staf dan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang.

Menurut Tjiptono (2012, hal.74) Oleh sebab itu, pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi "*fitness for use*" *conformance to requirements*". Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Istilah nilai (value) sering kali digunakan untuk mengacu kepada kualitas relatif suatu produk dikaitkan dengan harga bersangkutan.

Menurut Tjiptono (2012, hal.67) menyatakan bahwa kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat, dengan kata lain produk sesuai dengan produk produk standart.

Menurut Kotler dan Keller (2009, hal.50) menyatakan kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi kebutuhan para konsumen. Pelayanan yang dimaksud adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa selama konsumen tersebut berada di tempat, kualitas layanan di uji pada setiap pelaksanaan jasa pelayanan yang di berikan.

Menurut Bahar (2013, hal, 71) Kualitas layanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapannya. Konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan dirasakan langsung terhadap produk suatu layanan. Semakin tinggi kualitas

pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasannya. Selanjutnya akan berdampak positif bagi perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keterhambatan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar tetap terus hidup.

b. Manfaat Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan.

Menurut Lupiyoadi (2013, hal. 213) manfaat kualitas pelayanan yaitu: faktor keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perhatian efisiensi produk, adapun penjelasannya adalah:

1) Keuntungan Eksternal

Keuntungan eksternal yang dimaksud dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu barang (jasa), yaitu dimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari

pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

2) Keuntungan Internal

Keuntungan internal tampak pada saat bersamaan dengan diperolehnya keuntungan eksternal, dimana focus perusahaan pada kualitas dapat membawa nilai positif internal perusahaan dalam proses peningkatan. Dari adanya komitmen yang di kemukakan beliau kedua manfaat tersebut dapat membentuk suatu keseimbangan proses peningkatan dan pembelajaran secara eksternal dan internal yang efisien.

Menurut Laksana (2010, hal.144) manfaat kualitas pelayanan adalah “faktor kunci sukses bagi organisasi atau perusahaan.” Sedangkan manfaat kualitas pelayanan menurut Supriadi (2011, hal. 37) adalah “keberhasilan bisnis jasa apapun sangat di tentukan oleh kualitas jasa yang ditawarkan.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012, hal.75) dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok tergantung pada konteksnya. Dalam kasus pemasaran ada delapan dimensi utama yang biasanya digunakan.

1) Kinerja (*performance*)

Karakteristik operasi dasar dari produk, misalnya kecepatan pengiriman paket titipan kilat, ketajaman gambar dan sebuah TV, serta kebersihan mesakan restoran.

2) Fitur (*features*)

Karakteristik perlengkapan khusus yang biasa menambah pengalaman pemakaian produk, contohnya minuman gratis selama penerbangan pesawat, AC mobil, dan koleksi tambahan aneka nada panggil pada telepon genggam.

3) *Reliability*

Probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan, semakin andal produk bersangkutan.

4) Konformasi (*conformance*)

Tingkat kesesuaian produk dengan standart yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api, dan kesesuaian antara ukuran sepatu dengan standart yang berlaku.

5) Daya Tahan (*durability*)

Jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk. Baterai merupakan salah satu contoh produk yang kerap kali menekankan aspek daya tahan sebagai positioning kunci.

6) Serviceability

Kecepatan dan kemudahan untuk direparasi serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

7) Estetika (*aesthetics*)

Menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indra (rasa, aroma, suara dan seterusnya).

8) Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*)

Kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual, contohnya mobil BMW, Arloji Rolex, Kemeja Polo, dan peralatan elektronik Sony dan lainnya. Mengukur kepuasan konsumen/pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengetahui bagaimana seorang pelanggan dikatakan puas, serta menemukan bagaimana yang membutuhkan peningkatan.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012, hal. 75) Dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah:

- 1) *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) *Responsivitas*, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 3) *Assurance*, mencakup pengetahuan, kompetensi, kekseponan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
- 4) *Empathy*, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- 5) *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Menurut Tjiptono (2012, hal.51), indikator kualitas pelayanan secara garis besar terbagi atas empat unsur, yaitu:

1) Kecepatan

Kecepatan adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh setiap perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pihak konsumen khususnya dalam hal kecepatan merespon keinginan konsumen.

2) Ketepatan

Ketepatan adalah suatu kemampuan perusahaan dalam merespon permintaan konsumen.

3) Keramahan

Keramahan adalah sikap yang harus dimiliki bagi setiap pekerja perusahaan yang bertugas dalam melayani konsumen dengan kata-kata yang sopan dan sikap yang membuat konsumen merasa nyaman dan senang.

4) Kenyamanan

Kenyamanan adalah suatu perasaan yang timbul didalam diri konsumen sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan merupakan salah satu alasan bagi konsumen untuk datang kembali dan membeli produk lainnya.

3. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan, pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan (Tjiptono, 2011 hal. 38). Salah satu pendukung fasilitas

dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap pelanggan.

Mardiyani (2013, hal. 35) “fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa.

Menurut Moekijat (2007, hal. 15) “yang dimaksud dengan fasilitas kerja adalah “setiap peralatan yang mendukung terlaksanakannya suatu aktivitas pekerjaan aktivitas efektif”.

Sedangkan menurut Salim (2009, hal. 415) fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas, dan sebagainya.

Definisi diatas dapat disimpulkan, fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang digunakan karyawan maupun dalam melayani kebutuhan ataupun keperluan pengguna jasa, baik yang bersifat fisik maupun non fisik.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut Tjiptono (2012, hal. 160):

- 1) Sifat dan tujuan organisasi sifat suatu jasa yang sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang respresentif, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi cirri khas atau petunjuk mngenai sifat jasa didalamnya.
- 2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat seriap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas

jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan financial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

- 3) Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.
- 4) Faktor estesis fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkatkan. Aspek yang perlu ditata berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangun, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekorasi interior.
- 5) Masyarakat dan lingkungan sekitar Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.
- 6) Biaya konstruksi dan operasi kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

Menurut Nirwana (2007, hal.47) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam merancang fasilitas fisik yaitu: desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi yang mendukung, peralatan penunjang, seragam pegawai, laporan-laporan dan garansi.

c. Indikator Fasilitas

Pada dasarnya fasilitas dapat menunjang perusahaan untuk mencapai suatu tujuan karena secara tidak langsung fasilitas sangat mempengaruhi tingkat pelayanan untuk memudahkan konsumen, memberikan standar keamanan dan kenyamanan bagi konsumennya.

Menurut Tjiptono (2012, hal. 161) terdapat enam indikator yang harus dipertimbangkan secara cermat dalam mengukur fasilitas jasa, yaitu:

1) Perencanaan Spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, simetri, tekstur warna perlu diintegrasikan dan dirancang secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun respon emosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perencanaan Ruangan

Faktor ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.

3) Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana perlindungan barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, dan sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai suatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4) Tata cahaya

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah siang hari, warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan didalam ruangan, persepsi penyedia jasa akan tugasnya, tingkat ketajaman penglihatan, dan susunan yang diinginkan (tenang, damai, segar, riang, gembira, dan lain-lain).

5) Warna

Banyak orang yang menyatakan bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat menstimulasi perasaan emosi spesifik.

6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek-aspek yang saling terkait dalam faktor ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk pewajahan lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu, misalnya petunjuk, arah/tempat, keterangan/informasi dan sebagainya.

Indikator fasilitas menurut Faisal (2007, hal. 22) adalah

- 1) Komputer
- 2) Meja kantor
- 3) Parkir
- 4) Bangunan kantor
- 5) Transportasi

B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Pelayanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu pelanggan. Menurut Tjiptono (2012, hal. 55) Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen.

Bisa dipastikan bahwa semua buku teks laris dibidang manajemen strategic pemasaran,dan perilaku konsumen menyisihkan porsi cukup besar untuk membahas isu yang satu ini.

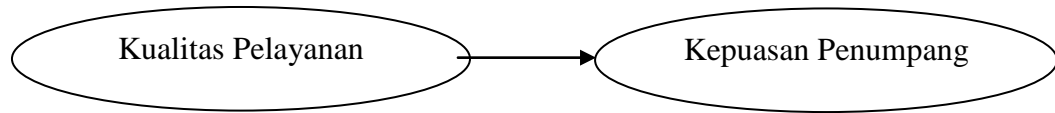
Menurut Tjiptono (2012, hal.77) kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.Bahwa jika kinerja dibawah harapan,pelanggan tidak puas.Semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui harapan tersebut agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan,oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan maupun organisasi.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas suatu produk atau jasa yaitu, keuntungan apa saja yang telah diberikan produk atau jasa tersebut misalnya, keunikan suatu produk atau jasa itu sendiri yang memberikan nilai tambah bagi pemiliknya, Selain itu kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik dari produsen ke konsumen, misalnya keramahan dalam melayani pertanyaan-pertanyaan seputar produk atau jasa dari seseorang konsumen ataupun pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) dari hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani (2013) dari hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas pelayan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar II.1

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan

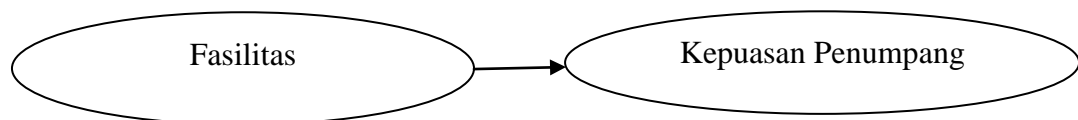
Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan–perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas–aktivitasnya atau kegiatan–kegiatannya, sehingga kebutuhan–kebutuhan tamu dapat terpenuhi. (2009, hal. 115).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas suatu produk atau jasa yaitu, keuntungan apa saja yang telah diberikan produk atau jasa tersebut misalnya, keunikan suatu produk atau jasa itu sendiri yang memberikan nilai tambah bagi pemiliknya, Selain itu kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik dari produsen ke konsumen, misalnya keramahan dalam melayani pertanyaan–pertanyaan seputar produk atau jasa dari seseorang konsumen ataupun pelanggan.

Berbagai cara dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian konsumen agar konsumen tetap merasa puas. Kepuasan pelanggan memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan konsumen yang loyal akan meningkatkan keuangan dan mempertahankan kelangsungan dari perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Harapan ini biasanya bertumpu pada sebuah aktivitas promosi dari perusahaan tersebut, bila suatu rumah makan bisa

memberikan promosi penjualan nya secara berkelanjutan serta memberikan harapan yang dibutuhkan pelanggan atau konsumen dalam rangka mempertahankan konsumen yang loyal, maka tidak menutup kemungkinan perusahaan dapat mendekati keuntungan yang sangat banyak.

Hasil penelitian terdahulu Ahmad Maulana Yusuf (2015) menyimpulkan bahwa strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar II-2
Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.

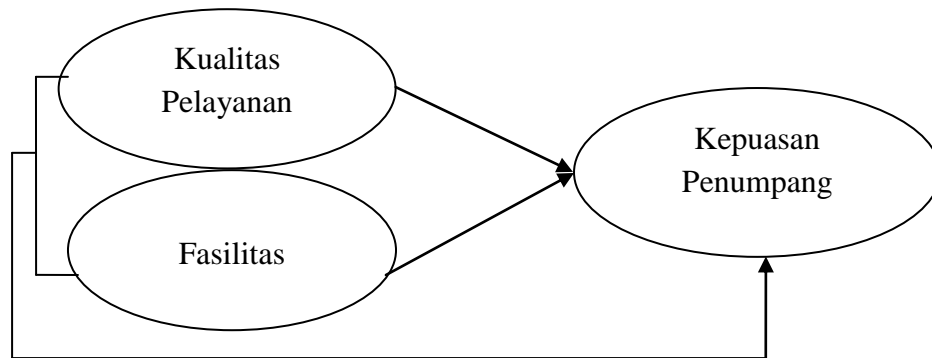
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Penumpang.

Dalam rangka menciptakan kepuasan penumpang, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level: *universal* (sama dimanapun), *kultural* (tergantung system nilai budaya), *social* (dibentuk oleh kelas ekonomi, kelompok etnis, harga, teman sepergaulan), dan *personal* (tergantung preferensi atau selera setiap individu).

Dalam Tjiptono (2012, hal. 79) pelayanan prima menghasilkan kepuasan pelanggan dan bahwa kepuasan unsur penting dalam menciptakan kesetiaan pelanggan. Kesetiaan merupakan tujuan akhir.

Berdasarkan kerangka konseptual di atas dapat dijelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jalur paradigma penelitian berikut ini:

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fony (2015) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 11.3
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah serta tujuan dari penelitian (Azuar Juliandi 2013, hal. 45). Berdasarkan batasan masalah atau rumusan masalah permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya dan juga berdasarkan kerangka konseptual sebelumnya. Maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan
2. Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian ini digunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah suatu pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel (variabel bebas dan variabel terikat). Pendekatan asosiatif digunakan karena menggunakan tiga variabel dan tujuannya untuk mengetahui hubungan antara variabel.

B. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah untuk mengetahui pengertian terhadap variabel-variabel yang diteliti di perusahaan maupun dilapangan sehingga memudahkan dalam penelitian ini dapat diambil defenisi operasional sebagai berikut:

1. Variabel Dependent (Variabel Terikat/Y)

Variabel dependen menurut sugiyono (2012, hal. 59) merupakan “variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembeli. Adapun defenisi kepuasan pelanggan dalam penelitian adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya

2. Variabel Independent (Variabel Bebas/X)

Variabel independent Menurut sugiyono (2012, hal. 59) merupakan “variabel yang mempengaruhi atau menjadi yang menjadi sebab perubahannya

atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan

Tabel III.1
Kepuasan Pelanggan

No	Indikator
1	Kesesuaian harapan
2	Minat berkunjung kembali
3	Kesediaan merekomendasikan

Sumber: Lupiyodadi, (2013, hal. 217)

Tabel III.2
Kualitas Pelayanan

No	Indikator
1	<i>Reliabilitas</i>
2	<i>Responsivitas</i>
3	<i>Assurance</i>
4	<i>Empathy</i>
5	<i>Tangibles</i>
6	Kecepatan
7	Ketepatan
8	Keramahan
9	Kenyamanan

Sumber: Tjiptono (2012, hal.75)

Tabel III.3
Fasilitas

No	Idikator
1	Perencanaan Spasial
2	Perencanaan Ruang
3	Perlengkapan/perabotan
4	Tata cahaya
5	Warna
6	Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Sumber: Menurut Tjiptono (2012, hal 161)

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan, yang beralamat di Jalan Prof. HM. Yamin Sh No.14, Perintis, Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20232. Penelitian ini di mulai pada bulan Juni 2018 dan selesai pada bulan September 2018.

Adapun tabel rincian waktu penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.4
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan dan tahun															
		Juni'18				Juli 18				Agus'18				Sept'18			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■															
2	Pra Riset		■	■													
3	Penyusunan Proposal			■													
4	Seminar				■	■											
5	Revisi Proposal				■	■											
6	Penyusunan Skripsi					■	■	■	■								
7	Bimbingan Skripsi									■	■	■	■	■	■		
8	Sidang Meja Hijau															■	

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2012, hal. 61) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Juliandi (2014, hal.51) populasi merupakan totalitas dan seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian. Dalam hal ini populasi dalam

penelitian adalah seluruh pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012, hal.116) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability* yakni teknik *sampling aksidental* atau sampel kebetulan yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2012, hal.75).

Berdasarkan keterangan diatas maka sampel diambil dengan system pengambilan sampel kebetulan, yakni siapa saja kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sebagai sampel. Karena jumlah pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan tidak dapat dipastikan maka penulis mengambil sampel yakni para pelanggan yang diambil 10 (sepuluh) orang setiap hari untuk 10 hari penelitian, maka besar sampel yang diperoleh sebanyak $(10 \times 10) = 100$ orang (responden). 100 pelanggan yang dijadikan sebagai sampel dari penelitian ini, dari seluruh populasi pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari data primer, yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan

langsung dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara (*interview*)

Penulis melakukan tanya jawab langsung *face to face* dengan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan sehingga penulis mendapatkan hasil yang diharapkan dari penelitian ini.

2. Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mendapatkan data tentang kualitas pelayanan, strategi promosi dan kepuasan pelanggan.

Daftar pernyataan yang diberikan pilihan jawaban dan diberikan kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat memilih jawaban mana yang dianggap benar. Skala yang digunakan adalah skala *likert*, yang terdiri dari 5 opsi jawaban, berikut bentuk dari skala *likert*:

Tabel III.4
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah angket yang disusun adalah alat ukur yang tepat/benar untuk mengukur variabel penelitian. Untuk mengukur validitas setiap butir pernyataan, dengan rumus korelasi sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{(n \sum x_1 y_1) - (\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}} \quad (\text{Juliandi, 2013, hal. 79})$$

Dimana:

N : Banyaknya pengamat
 $\sum x_i$: Jumlah Pengamatan variabel x
 $\sum y_i$: Jumlah Pengamatan y
 $(\sum x_i)^2$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel x
 $(\sum y_i)^2$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel y
 $(\sum x)^2$: Kuadrat jumlah pengamatan variabel x
 $(\sum y)^2$: Kuadrat jumlah pengamatan variabel y
 $\sum x_i y_i$: Jumlah hasil kali variabel x dan y

Kriteria penarikan kesimpulan :

Ketentuan apakah suatu butir instrumen valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya.

- 1) Suatu item instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai probabilitas < $\alpha 0,05$
- 2) Apabila nilai probabilitas > $\alpha 0,05$, item instrumen tersebut tidak valid.

Berikut ini hasil uji validitas masing-masing variable:

Tabel III – 5
Hasil Uji Validitas Instrument Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Kofesien Korelasi	r_{tabel}	Status
1	0,663	0,194	Valid
2	0,444	0,194	Valid
3	0,473	0,194	Valid
4	0,553	0,194	Valid
5	0,534	0,194	Valid
6	0,529	0,194	Valid
7	0,459	0,194	Valid
8	0,405	0,194	Valid
9	0,633	0,194	Valid

Tabel III – 6
Hasil Uji Validitas Instrument Fasilitas (X₂)

No	Kofesien Korelasi	r_{tabel}	Status
1	0,433	0,194	Valid
2	0,438	0,194	Valid
3	0,483	0,194	Valid
4	0,517	0,194	Valid
5	0,587	0,194	Valid
6	0,551	0,194	Valid
7	0,588	0,194	Valid
8	0,405	0,194	Valid
9	0,597	0,194	Valid
10	0,545	0,194	Valid
11	0,540	0,194	Valid
12	0,605	0,194	Valid

Tabel III – 7
Hasil Uji Validitas Instrument Kepuasan Penumpang (Y)

No	Kofesien Korelasi	r_{tabel}	Status
1	0,552	0,194	Valid
2	0,563	0,194	Valid
3	0,452	0,194	Valid
4	0,502	0,194	Valid
5	0,472	0,194	Valid
6	0,601	0,194	Valid
7	0,530	0,194	Valid
8	0,403	0,194	Valid
9	0,501	0,194	Valid
10	0,590	0,194	Valid

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya instrumen penelitian yang telah dibuat. Reliabel berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right] \quad (\text{Juliandi, 2013, hal 86})$$

Keterangan:

r =Koefisien reliabilitas instrument

k =Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ =Total Varians butir

$\sigma 1^2$ =Varians total

Tabel III-8
Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,720	Reliabel
Fasilitas (X_2)	0,730	Reliabel
Kepuasan Penumpang (Y)	0,722	Reliabel

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

Jika nilai reliabilitas semakin mendekati 1, maka instrumen penelitian semakin baik. Nilai reliabilitas instrumen di atas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena reliability ketiga variabel $> 0,60$.

F. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linear Berganda

Teknik analisi data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah masing-masing variabel Kualitas Pelayanan tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) baik secara parsial maupun simultan. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam penelitian ini.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 \quad (\text{Sugiyono, 2012, hal. 277})$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Strategi promosi

Sebelum melakukan analisis berganda, agar tidak dapat perkiraan yang efisien dan tidak bisa maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini dimaksudkan untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada regresi berganda. Ada beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi untuk bisa menggunakan regresi berganda, yaitu:

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normalitas yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Uji Kolmogorov-smirnov.

Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Ketentuan untuk uji *Kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut:

- 1) Asyimp. Sig (2-tailed) $> 0,05$ ($\alpha = 5 \%$, tingkat signifikan) maka data berdistribusi normal.
- 2) Asyimp. Sig (2-tailed) $< 0,05$ ($\alpha = 5 \%$, tingkat signifikan) maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolienaritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikoleanaritas atau tidak terjadi kolerasi diantara variabel dependen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya, dan variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada data yang akan diolah.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual saat pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini analisis yang digunakan yaitu dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yaitu metode grafik scatterplot. Dasar analisis heterokedastisitas sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang dapat signifikan. Ada dua jenis koefisien regresi yang dapat dilakukan yaitu uji t dan uji F.

a. Uji t

Digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Setelah di dapat nilai t hitung maka selanjutnya nilai t hitung di bandingkan dengan t tabel. Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistic t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ (Sugiyono, 2012, hal. 250)}$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien koelasi

n = jumlah anggota sampel

1) Hipotesis:

Ho : $r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Ho : $r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

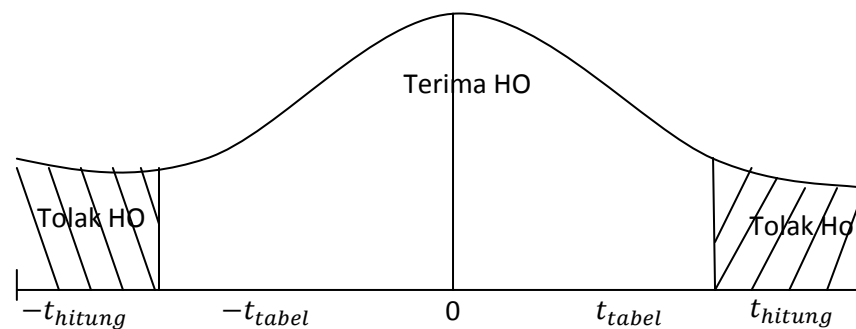
2) Kriteria Pengujian:

Ho diterima : jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ artinya Kualitas

Pelayanan, Strategi promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Ho ditolak : jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, terdapat pengaruh

Kualitas Pelayanan, Strategi promosi terhadap Kepuasan pelanggan.



Gambar III.1 Pengujian Hipotesis

b. Uji F

Uji F atau disebut juga dengan uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu X_1 dan X_2 untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel tidak bebas Y. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Nilai F hitung ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-K-1)} \quad (\text{Sugiono, 2012, hal. 257})$$

Keterangan:

F_h = Nilai hitung

R = Koefisien korelasi berganda

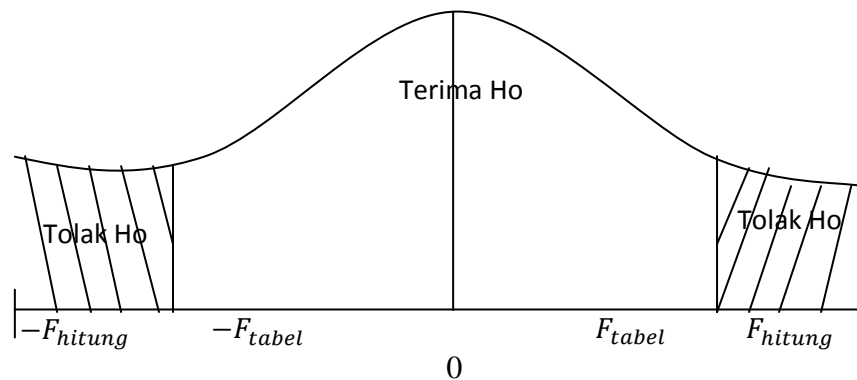
K = Jumlah variabel independen

N =Jumlah anggota sampel

Hipotesis:

Tolak H_0 Jika nilai probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 ($\text{sig.} \leq \alpha_{0,05}$)

Terima H_0 Jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 ($\text{sig.} > \alpha_{0,05}$)



Gambar III.2 Pengujian Hipotesis

4. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (R-Square) di gunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel dependen dipengaruhi oleh variasi nilai variabel independent yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diketahui melalui uji determinasi. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi-variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent. Dalam penggunaannya,

koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\% \quad (\text{Sugiyono, 2012, hal. 220})$$

Keterangan:

D = Determinasi

R = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase kontribusi

Menurut Sunyoto (2015, hal. 236), kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan: “Suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan”.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Setelah diadakan penelitian dan pengumpulan data dilapangan maka diperoleh berbagai data tentang keadaan responden dalam kaitannya dengan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 9 pertanyaan untuk variable X1, 12 pertanyaan untuk X2, dan 10 pertanyaan untuk Y, dimana yang terjadi variabel X1 adalah kualitas pelayanan, variabel X2 adalah fasilitas, dan yang menjadi variabel Y adalah kepuasan penumpang. Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 100 pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan *skala likert* berbentuk *tabelchecklist*.

Tabel IV.1
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot Nilai
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Kurang Setuju	3
- Tidak Setuju	2
- Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2012, Hal.85)

Dan ketentuan di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel bebas X1, X2 (kualitas pelayanan, fasilitas) maupun variabel terikat (kepuasan penumpang)

2. Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner, gambaran tentang karakteristik responden dapat dilihat tabel-tabel sebagai berikut :

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Table IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	62	62,0	62,0	62,0
Perempuan	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian Data (2018)

Dari tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin responden penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 62 orang (62%) dan perempuan sebanyak 38 orang (38%). Artinya dalam penenelitian ini adalah mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki.

b. Berdasarkan Usia

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 Tahun	55	55,0	55,0	55,0
31-40 Tahun	28	28,0	28,0	83,0
41-50 Tahun	13	13,0	13,0	96,0
> 50 Tahun	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian Data (2018)

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden berusia antara 20-30 tahun sebanyak 55 orang

(55%), dan yang memiliki usia 31-40 tahun sebanyak 28 orang (28%), responden berusia 41-51 adalah sebanyak 13 orang (13%) dan responden dengan usia > 50 adalah berjumlah 4 orang (4%)

c. Berdasarkan Pendidikan

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTA	57	57,0	57,0	57,0
Diploma	27	27,0	27,0	84,0
Sarjana	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian Data (2018)

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas pendidikan responden dalam penelitian ini adalah responden tingkat pendidikan SLTA sebanyak 57 orang (57%), Diploma sebanyak 27 orang (27%) sedangkan sarjana sebanyak 16 orang (16%).

3. Analisis Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan yaitu:

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel IV. 10
Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	28	28,0	60	60,0	12	12,0	0	0	0	0	100	100
2	25	25,0	67	67,0	8	8,0	0	0	0	0	100	100
3	26	26,0	65	65,0	9	9,0	0	0	0	0	100	100
4	29	29,0	61	61,0	10	10,0	0	0	0	0	100	100

5	39	39,0	52	52,0	9	9,0	0	0	0	0	100	100
6	63	63,0	28	28,0	9	9,0	0	0	0	0	100	100
7	22	22,0	62	62,0	16	16,0	0	0	0	0	100	100
8	28	28,0	61	61,0	11	11,0	0	0	0	0	100	100
9	25	25,0	63	63,0	12	12,0	0	0	0	0	100	100

Sumber: Hasil Penelitian Data (2018)

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang “Tersedia tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda 2 dan 4 di area stasiun”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60,0%).
- 2) Jawaban responden tentang “Ruang tunggu nyaman”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 67 orang (67,0%).
- 3) Jawaban responden tentang “Toilet bersih, harum, dan air lancar”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 65 orang (65,0%).
- 4) Jawaban responden tentang “Kebersihan stasiun selalu terjaga”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 61 orang (61,0%).
- 5) Jawaban responden tentang “Petugas kereta api terlihat sigap dalam berkerja”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 52 orang (52,0%).
- 6) Jawaban responden tentang “Petugas Kereta Api selalu berpenampilan sopan dan rapi”. Mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang (63,0%).
- 7) Jawaban responden tentang “Petugas kereta api terlihat tanggap terhadap pertanyaan”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 62 orang (62,0%).

8) Jawaban responden tentang “Petugas mampu memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 61 orang (61,0%).

9) Jawaban responden tentang “Petugas mampu berkomunikasi yang baik kepada pelanggan”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 63 orang (63,0%).

b. Variabel Fasilitas (X2)

Tabel IV. 11
Hasil Jawaban Responden Fasilitas

No Per	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	41	41,0	56	56,0	3	3,0	0	0	0	0	100	100
2	39	39,0	54	54,0	7	7,0	0	0	0	0	100	100
3	44	44,0	48	48,0	8	8,0	0	0	0	0	100	100
4	35	35,0	59	59,0	6	6,0	0	0	0	0	100	100
5	37	37,0	56	56,0	7	7,0	0	0	0	0	100	100
6	28	28,0	64	64,0	8	8,0	0	0	0	0	100	100
7	30	30,0	62	62,0	8	8,0	0	0	0	0	100	100
8	36	36,0	60	60,0	4	4,0	0	0	0	0	100	100
9	24	24,0	67	67,0	9	9,0	0	0	0	0	100	100
10	31	31,0	58	58,0	11	11,0	0	0	0	0	100	100
11	30	30,0	62	62,0	8	8,0	0	0	0	0	100	100
12	27	27,0	60	60,0	13	13,0	0	0	0	0	100	100

Sumber: Hasil Penelitian Data (2018)

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang “Gerbong kereta api nyaman”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 56 orang (56,0%).
- 2) Jawaban responden tentang “Penerangan di dalam kereta baik”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 54 orang (54,0%).
- 3) Jawaban responden tentang “Pendingin udara kereta api baik”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 48 orang (48,0%).

- 4) Jawaban responden tentang “Fasilitas tempat duduk dalam kereta baik”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 59 orang (59,0%).
- 5) Jawaban responden tentang “Layanan makanan dalam kereta api baik”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 56 orang (56,0%).
- 6) Jawaban responden tentang “Tersedia alat bantu pemecah kaca kereta jika dalam keadaan darurat”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 64 orang (64,0%).
- 7) Jawaban responden tentang “Tersedia stop kontak listrik atau power supply di dalam kereta”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 62 orang (62,0%).
- 8) Jawaban responden tentang “Tersedia alat bantu pemecah kaca kereta jika dalam keadaan darurat”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60,0%).
- 9) Jawaban responden tentang “Tersedianya fasilitas Hot spot di dalam kereta api”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 67 orang (67,0%).
- 10) Jawaban responden tentang “Warna interior yang digunakan membuat rileks”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 58 orang (58,0%).
- 11) Jawaban responden tentang “Tersedia papan informasi”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 62 orang (62,0%).
- 12) Jawaban responden tentang “Tersedia peringatan untuk menjaga kebersihan di dalam kereta”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60,0%).

c. Variabel Kepuasan Penumpang (Y)

Tabel IV. 12
Hasil Jawaban Responden Kepuasan Penumpang

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	34	34.0	57	57.0	9	9.0	0	0	0	0	100	100%
2	36	36.0	57	57.0	7	7.0	0	0	0	0	100	100%
3	43	43.0	53	53.0	4	4.0	0	0	0	0	100	100%
4	36	36.0	60	60.0	4	4.0	0	0	0	0	100	100%
5	41	41.0	55	55.0	4	4.0	0	0	0	0	100	100%
6	44	44.0	49	49.0	7	7.0	0	0	0	0	100	100%
7	44	44.0	50	50.0	6	6.0	0	0	0	0	100	100%
8	37	37.0	60	60.0	3	3.0	0	0	0	0	100	100%
9	39	39.0	55	55.0	6	6.0	0	0	0	0	100	100%
10	44	44.0	48	48.0	8	8.0	0	0	0	0	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian Data (2018)

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang “Fasilitas dan kenyamanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia sesuai dengan harapan”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 57 orang (57.0%).
- 2) Jawaban responden tentang “Merasa senang dengan pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 57 orang (57.0%).
- 3) Jawaban responden tentang “PT. Kereta Api Indonesia selalu memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi pelanggan”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 53 orang (53.0%).
- 4) Jawaban responden tentang “PT. Kereta Api Indonesia mengirim paket dengan cepat dan tepat”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60.0%).

- 5) Jawaban responden tentang “Kinerja karyawan PT. Kereta Api Indonesia dalam melayani paket pelanggan sangat baik”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 55 orang (55.0%).
- 6) Jawaban responden tentang “Penampilan dan keramahan karyawan adalah modal utama untuk membuat pelanggan merasa puas”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 49 orang (49.0%).
- 7) Jawaban responden tentang “PT. Kereta Api Indonesia menerima kritik dan saran apabila ada keluhan dari pelanggan”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 50 orang (50.0%).
- 8) Jawaban responden tentang “PT. Kereta Api Indonesia menetapkan harga yang murah dan terjangkau”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60.0%).
- 9) Jawaban responden tentang “PT. Kereta Api Indonesia menetapkan harga yang murah dan terjangkau”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 55 orang (55.0%).
- 10) Jawaban responden tentang “PT. Kereta Api Indonesia menetapkan harga yang murah dan terjangkau”. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 48 orang (48.0%).

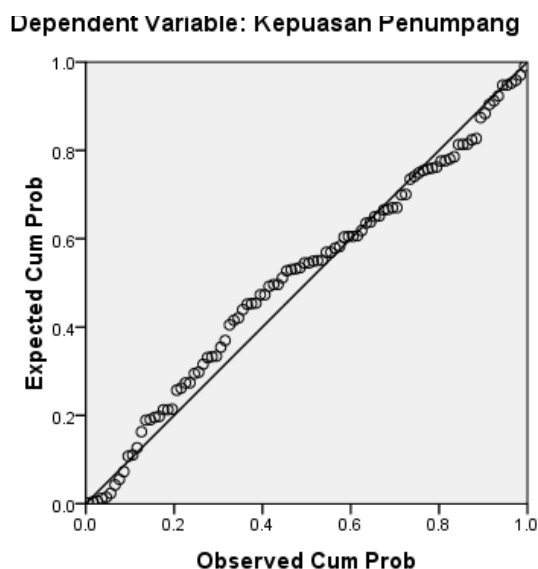
4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dari independennya memiliki distribusi normal atau

tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar IV.1
Uji Normalitas

Gambar diatas mengidentifikasi bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat/tinggi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel independen karena kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada kolerasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Pengujian multikolinieritas dilakukan

dengan melihat VIF antar variabel independen. Jika VIF menunjukkan angka <10 menandakan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Disamping itu, suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinieritas jika nilai VIF diantara variabel independen >10 .

Tabel IV.9.
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

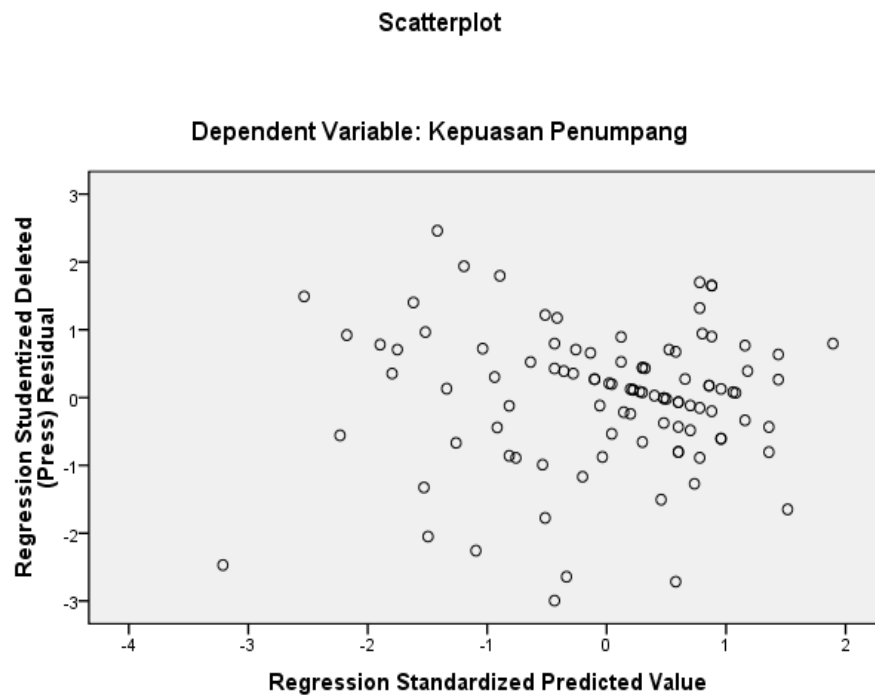
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.837	1.195
Fasilitas	.837	1.195

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Ketiga variabel independen yaitu X1, dan X2 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 5), sehingga tidak terjadi multikolinieritas dalam variabel independen ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.



Gambar IV.2
Uji Hekeroskedastisias

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas meskipun terlihat berdempet dibagian titik-titik tertentu serta tersebar dibagian atas dan sedikit berkumpul pada sumbu Y dengan demikian “tidak terjadi heteroskedastisitas” pada model regresi ini.

5. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Table IV.10.
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	22.886	4.492	
Kualitas Pelayanan	.365	.106	.344
Fasilitas	.431	.182	.460

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber : data diolah SPSS (2018)

Berdasarkan data tabel uji regresi linier berganda diatas, dapat dipahami bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 22.886 + 0.365 X_1 + 0.431 X_2$$

Keterangan.

Y = Kepuasan Penumpang

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Fasilitas

Interpretas model :

- a. Konstanta (a) = 22,886, menunjukkan harga konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka Kepuasan Penumpang (Y) akan sebesar 22,886
- b. Variabel X₁ sebesar 0.365 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang (Y). dengan kata lain, jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan akan meningkat sebesar 0.365.

- c. Variabel X2 sebesar 0.431 menunjukkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang (Y). dengan kata lain, jika variabel Fasilitas ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan akan meningkat sebesar 0.431.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan bantuan komputer program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 16). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* tarafnya nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Table IV.11
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.886	4.492		5.094	.000
Kualitas Pelayanan	.365	.106	.344	3.436	.001
Fasilitas	.431	.182	.460	4.599	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber: Data diolah SPSS (2018)

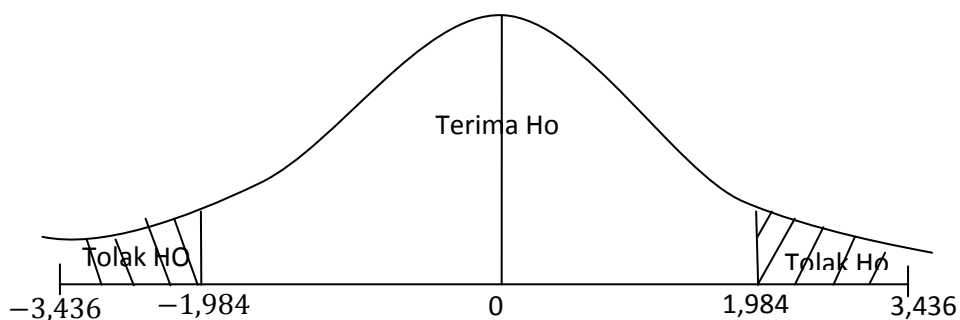
$$t_{\text{tabel}} = 1,984$$

Kriteria pengujiannya:

- Ho ditolak apabila $1,984 \geq t_{\text{hitung}}$ dan $t_{\text{hitung}} \leq 1,984$
- Ho diterima apabila $t_{\text{hitung}} > 1,984$ dan $t_{\text{hitung}} < 1,984$

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Dari tabel IV.14 diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung}$ -nilai t_{tabel} yaitu $3,436 > t_{tabel}, 1,984$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,001 > 0,05$ berarti H_0 diterima (H_a ditolak), dimana signifikan t lebih besar dari $\alpha=0,05$, hal tersebut berarti bahwa hipotesis 1 (satu) diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang (Y) pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

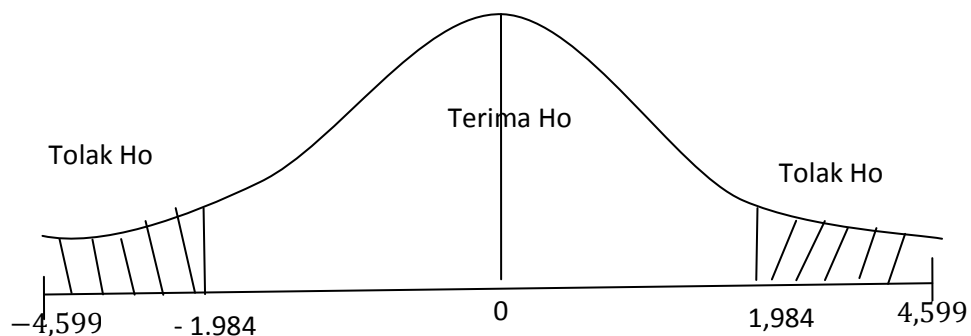


Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16.00

Gambar IV.3 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Kualitas Pelayanan

2) Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang

Dari tabel IV.14 diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung}$ -nilai t_{tabel} yaitu $4,599 > t_{tabel}-1,984$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ berarti H_0 diterima (H_a ditolak), dimana signifikan t lebih besar dari $\alpha=0,05$, hal tersebut berarti bahwa hipotesis 2 (dua) diterima dan dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan penumpang (Y) pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.



Gambar IV.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Fasilitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16.00

a. Uji F

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan penumpang. Langkah untuk melakukan uji F adalah menentukan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} perhitungannya yaitu F_{tabel} $dk = 100 - 2 - 1 = 97$, $\alpha = 5\%$ $F_{tabel} = 3,090$. Ketentuannya, jika nilai probabilitas F (sig) pada tabel Anova $< \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak, namun bila nilai probabilitas sig $> 0,05$ maka H_0 diterima, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel Tabel IV. 16
Hasil Uji F
ANOVA^b

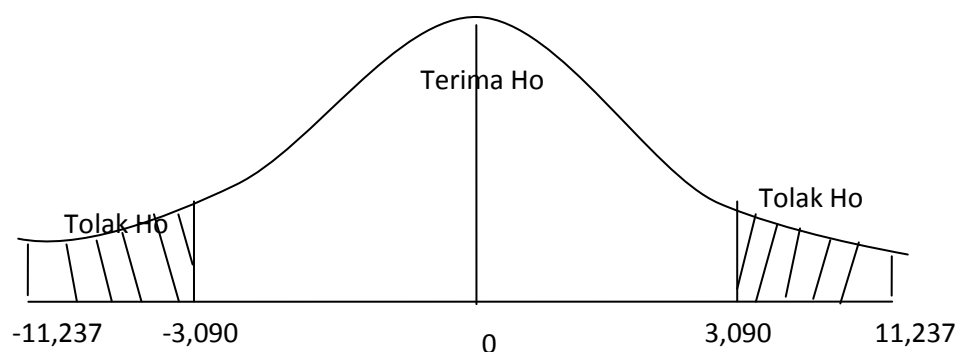
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.295	2	84.647	11.237	.000 ^a
	Residual	730.705	97	7.533		
	Total	900.000	99			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16.00

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $11,237 > 3,090$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Ini berarti H_a diterima (H_0 ditolak). Berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16.00

Gambar IV.5 Pengujian Hipotesis Uji F

7. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Selanjutnya dengan melihat *R-Square* akan dapat dilihat bagaimana sebenarnya nilai kontribusi kedua variable bebas terhadap variable terikat:

Tabel IV.17
Nilai R-Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.527 ^a	.278	.252	2.74464	.188	11.237	2	97	.000	1.709

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16.00

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,527^2 \times 100\%$$

$$D = 0,278 \times 100\%$$

$$D = 27,8\%$$

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai R-Square adalah 0.278 atau 27.8%. Hal ini berarti kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 27.8%, sisanya 72,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Hasil Pembahasan

Setelah penulis mendapatkan data penelitian dari responden dan kemudian mendapatkan hasilnya melalui pengolahan data menggunakan SPSS, maka analisis temuan penelitian mengenai variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Untuk menunjang kepuasan pelanggan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan/penumpang.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan, maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat sebagian besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang dari tabel IV.13 diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 3,346 dimana nilai t_{hitung} didapatkan dari hasil pengujian SPSS dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dimana nilai t_{tabel} sudah menjadi ketentuan. Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan mempunyai angka signifikan sebesar 0.001 dimana nilai ini dapat dilihat dari hasil pengujian pengolahan SPSS. Dan taraf pengukuran signifikan berada dibawah 0.05. Maka dapat diketahui bahwa $0.001 < 0,05$ berarti H_0 diterima (H_a ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Hal ini disebabkan karena masih ada penumpang yang mengeluh atas pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan Kotler dan Keller (2008,hal.50) bahwa kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi kebutuhan para konsumen. Pelayan yang dimaksud adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa selama konsumen tersebut berada di tempat, kualitas layanan di uji pada setiap pelaksanaan jasa pelayanan yang di berikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang dari tabel IV.15 diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 4,599 dimana nilai t_{hitung} didapatkan dari hasil pengujian SPSS dan untuk nilai t_{tabel} sebesar

1,985 dimana nilai t_{tabel} sudah menjadi ketentuan. Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ mempunyai angka signifikan sebesar 0.000 dimana nilai ini dapat dilihat dari hasil pengujian pengolahan SPSS. Dan taraf pengukuran signifikan berada dibawah 0.05. Maka dapat diketahui bahwa $0.000 < 0.05$ berarti H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Haerudin (2010) yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penumpang. Artinya fasilitas yang baik dapat meningkatkan perusahaan dengan terpenuhkannya para penumpang maka penumpang bersedia menggunakan jasa PT. KAI secara terus menerus. Dan pelayanan yang lama juga dapat mempengaruhi fasilitas, hal ini disebabkan karena masih adanya penumpang yang mengeluh atas fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang

Berdasarkan tabel IV. 16 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 11.237 dimana nilai F_{hitung} didapatkan dari hasil pengujian SPSS dan untuk nilai F_{tabel} sebesar 3,090 dimana nilai F_{tabel} sudah menjadi ketentuan. Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Ini berarti H_a diterima (H_0 ditolak). Berarti ada pengaruh dan signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi

Aryani (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang. Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fony (2015) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan penumpang. Dengan demikian maka hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang adalah jika semakin baik kualitas pelayanannya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan penumpang, kesimpulannya: ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan penumpang (Y).
2. Dari hasil penelitian ini fasilitas berpengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan penumpang. Dengan demikian maka hubungan antara fasilitas dengan kepuasan penumpang adalah jika semakin baik fasilitas yang dirasakan oleh penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan penumpang pada perusahaan tersebut.
3. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang positif didalam perusahaan maka akan mempengaruhi kepuasan penumpang yang nantinya akan semakin baik pula didalam perusahaan. Untuk itu maka diperlukannya pelayanan yang baik serta menjaga fasilitas agar penumpang mendapatkan kepuasan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan pada penelitian ini untuk pihak perusahaan adalah :

1. Sebaiknya perusahaan selalu memperhatikan pelayanan dengan baik agar pelayanan tersebut kompetitif dan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan penumpang pada jasa pengiriman PT. Kereta Api Indonesia.
2. Sebaiknya perusahaan selalu memperhatikan fasilitas sehingga kepuasan penumpang semakin baik. Karena walaupun PT. Kereta Api Indonesia sudah cukup mempunyai fasilitas yang baik, akan tetapi banyaknya kompetitor yang menawarkan pelayanan dan fasilitas yang tidak kalah dengan PT. Kereta Api Indonesia.
3. Sebaiknya perusahaan selalu memperhatikan keterlambatan pengiriman surat tau barang yang akan dikirim dan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan penumpang agar penumpang merasa puas terhadap jasa pada PT. Kereta Api Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dan Tantri Francis (2013). *Manajemen Pemasaran*, (cetakan kedua). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali
- Bahar dan Muhith (2013), *Transformational Leadership*, Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Echdar, S. (2013). *Manajemen Entrepreneurship: Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*, Yogyakarta: Andi
- Faisal. Abdullah, M.(2007). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua, Cetakkan Kelima*. Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah
- Fajar, Laksana,(2010), *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Juliandi, Azuar dkk. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* Medan : UMSU,
- Kotler, Dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas Jilid I Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga Jakarta: Salemba Empat.
- Nirwana (2007), *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, Malang: Penerbit Dioma
- Sugiyono (2011). *Statistika untuk Penelitian*, (Cetakan kesembilan belas). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS
- Supriadi, Dedi. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Susatyo Herlambang. (2014). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Tim Penyusun (2009). *Pedoman Penulisan Skripsi*, Medan: FE UMSU
- Tjiptono Fandy, Dan Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi II.Yogyakarta.
- Zimmerer, Thomas W (2012) *Kewirausahaan dan Manajemen*. Usaha Kecil, Jakarta: Salemba empat

JURNAL

Ahmad Maulana Yusuf (2015) Jurnal Analisis Dampak Service Performance Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah

Dwi Aryani. (2010) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia

Luh Ayu Mulyaningsih & I Gst Agung Ketut Gede Suasana (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BANK OCBC NISP di Denpasar". Jurnal Manajemen, Vol. 05 No. 01 September 2016.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : Desi Arisandi
NPM : 1305160321
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran.
Fakultas : Ekonomi (~~Akuntansi/Perpajakan~~/Manajemen/TESP/
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan.....~~Nov~~ 2017
Pembuat Pernyataan



[Signature]
Desi Arisandi

NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.